

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	宮津商工会議所 (法人番号 6130005009423)
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目標	<p>宮津市の総合経済団体として、地域の強みを活かした小規模事業者の個社支援及び地域経済活性化の取り組みを強化し、特別名勝「日本三景・天橋立」に次ぐ、新たな集客・交流サービスを提供できる拠点の構築を進めることで、300万人近い来訪者の需要を効果的に取り込めるような産業構造を目指していく。</p> <p>①地域の強みである特別名勝「日本三景・天橋立」の交流人口を活かした交流産業の継続的な伴走支援を強化し、小規模事業者が持続的発展していくことで地域産業全体に波及させていく。</p> <p>②地域商品のブランド化及び情報発信による付加価値を創出していくことで、地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に繋げる。</p> <p>③本計画期間である平成34年度までに、地域事業所数の減少率を5ポイント以内に留め、改善を目指す。(①、②の支援を通じて小規模事業者の持続的発展を支える)</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域内の経済動向を調査・分析するために、各種調査資料を収集、整理し、地域の経済状況の実態を把握、分析をすることで、小規模事業者への経営支援における基礎資料として活用する。又、観光関連施設等の景況調査も実施し、地域を支える交流産業の経営分析資料として活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展を支援していくため、小規模事業者の経営実態の把握、分析を行うために、従来の事業者からの事務処理的な相談に対応する経営支援ではなく、巡回等によるヒアリングを前提とした経営分析から経営戦略・経営計画策定に導く。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析結果を踏まえ、伴走支援による事業計画の策定や事業計画策定セミナー、創業塾等を開催し、受講後の個別相談等を通じて計画策定を支援する。又、専門家派遣制度も有効に活用していく。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者の事後フォローについては、目的を明確にした、定期的な巡回、個別訪問を実施し、計画の進捗状況を確認し、伴走支援を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 交流産業に特化した需要動向調査として、宿泊業者、飲食業者、お土産物等の製造業者の商品やサービスについてアンケート調査を行い、消費者の需要動向を見据えた物か判断していくため、収集した情報を取りまとめ、小規模事業者へ提供することで新たな需要の開拓に繋げる。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域産品が少ない現状を踏まえ、販路開拓支援事業として商談会や観光イベント等への出展を支援していくとともに、支援企業の開発商品等をIT・マスメディアを活用し、情報発信を強化していくことで、小規模事業者の売上拡大を支援する。</p> <p>II. 地域の活性化に資する取り組み 小規模事業者の開発した商品やサービスを提供できる中心市街地の「核拠点」となるパイロット事業施設を中心に地域振興拠点の具現化に向けて、行政機関等と連携を強化するとともに、地域産品のブランド化、商品開発等を支援していくことで地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に向けて支援していく。</p>
連絡先	<p>〒626-0041 京都府宮津市宇鶴賀 2054-1 宮津商工会議所 経営相談課 電話 0772-22-5131 FAX 0772-25-1690 E-mail miyazu@kyo.or.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【宮津市の現状と課題】

(地理と人口)

宮津市は、昭和 29 年に旧宮津町と七村の合併で誕生した。京都府北西部の丹後半島に位置し、国の特別名勝として知られる日本三景天橋立をはさんで 10 地区に分かれており、面積は約 169.32 km²で、市域が日本海に面した自然豊かな地方都市である。京都市から約 100 km、大阪市から約 120 km の距離にあり、近年の京都縦貫自動車道の延伸もあって、平成 27 年度は年間約 290 万人の観光客が訪れた観光都市でもある。

そのような中、人口は減少の一途を辿っており、昭和 30 年の 36,200 人を境に減少を続け、平成 7 年は 24,937 人、平成 27 年は 18,426 人とこの間、49.1%が減少している。又、国立社会保障・人口問題研究所の推計人口では平成 37 年には 15,567 人まで人口が減少することが見込まれている。



(地域産業の特徴)

産業構造については、中世以降、城下町、北前船の寄港地として丹後地域の政治・経済・文化の中心地として繁栄してきた。近代以降は近隣の与謝野町・京丹後市の基幹産業であった丹後ちりめんの産地の影響もあり、物流の拠点、観光地として栄えてきた。

現在の事業所数をみると、宮津市で最も大きなウェイトを占めているのは、卸売業・小売業、次いで宿泊業・飲食サービス業、建設業、製造業と続いており、又、近年、福祉施設の誘致等に伴い、医療・福祉の分野も大きくなっている。全体として、第 1 次産業が 0.7%、第 2 次産業が 19.6%、第 3 次産業が 79.7%という構成比である。

(地域産業の現状と課題)

全事業所数の推移をみると平成 8 年 (1,935 事業所) と平成 26 年 (1,288 事業所) との比較で 33.4%の減少、従事者数では平成 8 年 (10,718 人) と平成 26 年 (9,958 人) との比較で 7.09%の減少となっている。又、小規模事業者数についても、同様に減少を続けていることから、持続的に発展していくための事業計画の策定が急務である。

商業の推移では事業所数は平成 6 年 (599 事業所) と平成 26 年 (313 事業所) との比較で 47.7%の減少、年間商品販売額では平成 6 年 (4,878,933 万円) と平成 26 年 (2,786,500 万円) との比較で 42.9%の減少となっている。

工業の推移では事業所数は平成 6 年 (72 事業所) と平成 26 年 (23 事業所) との比較で 68.1%の減少、年間製造品出荷額等では平成 6 年 (1,884,776 万円) と平成 26 年 (1,118,977 万円) との比較で、40.6%の減少となっている。

当地を支える観光業の指標の一つとなる年間観光入込客数は、平成 27、28 年度は京都府の海の京都構想や高速道路の延伸の効果もあり約 290 万人であったが、近年の入込客数は約 270 万人、年間宿泊者数は約 50 万人、観光消費額については約 90 億円と、ここ数年横ばい状態である。尚、一人当たりの観光消費額が約 3,200 円となっていることから通過型観光の傾向が強くなり、伸び悩んでいるのが現状である。更に、産業を支える 15 歳から 64 歳までの生産年齢人口については、人口減少と高齢化により、昭和 50 年の 65.2%から平成 27 年の 49.9%に減少しており、地域内の労働生産性が縮小し、それに伴い地域全体の産業が衰退してきている。

一方では、一般飲食店の店舗推移を見ると、平成 18 年 (76 店舗) と平成 26 年 (80 店舗) との比較では 5.2%の増加で、従事している従業員数では 6.3%の増加となっていることから、

今後、地域における観光消費額を上げていくため交流産業の1つとして考えていく必要がある。

■事業所の推移

【単位：事業所数、人】

		卸売業 小売業	宿泊業 サービス業	建設業	製造業	その他 業種	合計
H8	事業所	778	532	200	340	85	1,935
	従事者	3,470	2,860	1,380	1,605	1,403	10,718
H18	事業所	449	212	164	150	439	1,414
	従事者	2,115	1,326	1,037	975	3,160	8,613
H26	事業所	373	201	149	103	568	1,288
	従事者	1,959	1,316	891	696	5,096	8,737

(出典：宮津市統計書)

■小規模事業者の推移

【単位：小規模事業者数】

	H8	H18	H26
小規模事業者数	1,750	1,245	1,121

(出典：宮津市統計書)

■商業の推移

【単位：事業所数、人、万円】

	事業所数		従業員数		年間商品販売額
	卸売業	小売業	卸売業	小売業	卸売業・小売業
H6	91	508	623	2,078	4,878,933
	(総数 599)		(総数 2,701)		
H14	90	411	607	2,024	4,240,761
	(総数 501)		(総数 2,631)		
H26	62	251	299	1,332	2,786,500
	(総数 313)		(総数 1,631)		

(出典：H27は経済センサス、H6、14は商業統計調査)

■工業の推移

【単位：事業所数、人、万円】

	事業所数	従業員数	原材料使用額等	製造品出荷額等
H6	72	1,074	796,952	1,884,776
H14	49	724	518,339	1,001,711
H26	23	420	493,926	1,118,977

(出典：工業統計調査)

■観光入込客数及び観光消費額の推移

【単位：人、万円】

丹後地域	市町村	H19		H23		H28	
		入込客数	消費額	入込客数	消費額	入込客数	消費額
	宮津市	2,673,200	897,338	2,720,400	868,996	2,908,700	939,638
		(1人当たり 3,356円)		(1人当たり 3,194円)		(1人当たり 3,230円)	
	与謝野町	983,179	74,750	662,043	52,208	667,707	63,502
	伊根町	230,126	88,598	231,455	86,628	275,903	110,577
	京丹後市	1,926,625	824,251	1,752,115	628,924	2,195,630	683,401

(出典：京都府統計調査)

■一般飲食店の推移

【単位：店舗数、人】

区分	店舗数			従業員数		
	H18	H21	H26	H18	H21	H26
総数	76	81	80	365	354	388
食堂・レストラン	42	46	40	255	220	206
(一般食堂)	25	19	16	175	74	63
(日本料理店)	5	12	12	33	79	92
(西洋料理店)	3	-	-	22	-	-
(中華・東洋料理店)	9	9	6	25	28	11
(その他専門料理店)	-	6	6	-	39	40
そば・うどん店	3	2	3	10	4	7
すし店	3	3	3	16	11	14
喫茶店	25	28	29	54	62	63
その他の一般飲食店	3	2	5	30	57	98

(出典：H26、21は経済センサス、H18は事業所・企業統計調査)

(宮津商工会議所の現状と課題)

宮津商工会議所の平成28年度末の会員数は676事業所、役員24人、事務局職員11人、7部会(食品、商業、建設、工業、地域サービス、環境・サービス、飲食・観光)で構成されているが、地域産業の縮小に伴い、会員数はこの10年間で22.7%(▲198事業所)減少している。

これまで当所が行ってきた小規模事業者に対する経営支援の中心は金融斡旋、記帳、労務、補助金申請などの経営改善普及事業を行ってきたが、事業主の高齢化、事業承継難、郊外大型店の台頭による市外への購買力の流出などから、地域内の事業所数は年々減少傾向が見られ、空き店舗も増加するなど、「まちの元気」が失われつつあるが、これらに対応していくための計画的な経営支援が行われていないのが現状である。又、当地は北近畿を代表する観光地であるが、お土産店等で市内商品の取扱いは少なく、他地域で作られた商品が大半を占めており、市内製造業者への新商品開発や販路拡大に繋がる十分な支援は行き届いていない。

(地域の中長期的な振興のあり方)

宮津市の総合戦略の基本方針の1つは、観光交流人口を増加させ、観光消費額を引き上げることを掲げている。そのためには天橋立の近辺だけではなく、2つ目、3つ目の拠点を地域内に形成し交流地域を点から線へ、線から面へと拡大していかねばならない。

地域の総合経済団体として、宮津商工会議所は地域の強みを活かした小規模事業者の個社支援及び地域経済活性化の取り組みを強化し、「日本三景・天橋立」に次ぐ、新たな集客・交流

サービスを提供できる拠点の構築を進めることで、300万人近い来訪者の需要を効果的に取り込めるような産業構造を目指していく。

(経営発達支援計画の目標)

地域産業の現状と課題、当所の現状と課題を踏まえ、宮津商工会議所では小規模事業者の個社支援と地域における連携支援を目標に掲げる。

- ① 地域の強みである特別名勝「日本三景・天橋立」の交流人口を活かした交流産業の継続的な伴走支援を強化し、小規模事業者が持続的発展していくことで地域産業全体に波及させていく。
- ② 地域商品のブランド化及び情報発信による付加価値を創出していくことで、地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に繋げる。
- ③ 本計画期間である平成34年度までに、地域事業所数の減少率を5ポイント以内に留め、改善を目指す。(①、②の支援を通じて小規模事業者の持続的発展を支える)

年度	H13	H16	H18	H21	H24	H26	H34
事業所数	1,653	1,517	1,414	1,417	1,297	1,288	1,224
増減率 (%)	—	▲8.23	▲6.79	0.21	▲8.47	▲0.69	▲5.0

(宮津市統計書より)

(目標達成に向けた推進方針)

- ① 交流産業の小規模事業者を重点支援小規模事業者と位置付け、経営分析、事業計画策定、販路開拓等の個社支援を強化し、持続的発展していくことで地域産業全体に波及させていく。
- ② 地域産業の活性化を促進させていくため、地域ブランドの確立と小規模事業者の開発した商品やサービスを提供できる地域振興拠点の具現化に向け、行政機関等をはじめとする各団体のネットワークを活用し、地域における連携支援に繋げていく。
- ③ 個社支援の強化と地域における連携支援の強化を実施していくため、経営支援員をはじめとする職員全体で経営支援能力の向上に取り組むとともに、小規模事業者と顔の見える信頼関係を構築していく。

◆みやづビジョン2011の基本構想における目標

- ① 本市の人口を1万8千人(社人研推計値1万7千人)とする。
- ② 観光交流人口273万人から300万人に、観光消費額を89億円から150億円に引き上げる。
- ③ 本市商品販売額について253億円から280億円に、製造品出荷額等を91億円から100億円に引き上げる。

(出典：宮津市)

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成30年4月1日～平成35年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

これまで、地域内の経済動向調査を実施してきたが、情報の収集と把握に留まっており、それらを整理、分析するには至っていない。このようなことから、今後は地域内の各調査資料を収集・整理し、地域の経済状況の実態を把握、分析をすることで、小規模事業者への経営支援における基礎資料として活用する。又、地域の交流産業における小規模事業者への支援を強化していくために、観光関連施設等の経済動向調査も行い、経営分析資料として活用していく。

【実施項目】

(1) 景況調査

当所が四半期毎に実施している地域の経済動向調査「みやづ経済ダイジェスト」（対象50社：建設業・小売業・卸売業・製造業・サービス業の5業種）を拡充させ、調査データを分析し、地域の経済状況の実態を把握することで個社の経営分析に繋げる。又、調査項目については現在の業種別の景況、売上高、仕入高、採算、今後の売上見込み、経営課題に加え、資金繰り、借入状況、雇用状況、求人職種、設備投資などを加える。（年4回）

(2) 観光関連施設等に特化した景況調査

上記(1)に加え、地域の交流産業の拠点となる「観光関連施設等」については、京都府道路公社、観光団体等の協力を得て、交通状況、施設入込客数を始め、団体予約数、入込時間、インバウンド動向などを調査し、観光関連業への情報提供や経営分析に繋げる。（年2回）

(3) 各種調査資料の比較・分析

上記(1)の景況調査で収集したデータは地元信用金庫が地域別に実施している景況調査「ほくとしんきん中小企業景況レポート」等のデータと比較、分析し、業種ごとの動向把握を行う（年4回公開）、又、上記(2)の観光関連施設等の景況調査の収集データについては観光庁 旅行・観光消費動向調査の統計情報等と比較、分析し、小規模事業者へ情報提供する。（年2回公開）

〈活用資料〉みやづ経済ダイジェスト、ほくとしんきん中小企業景況レポート、中小企業景況調査報告書、日本政策金融公庫全国小企業月次動向調査、観光庁 旅行・観光消費動向調査、京都府北部4市商工会議所調査等。

(目標)

現在実施している「みやづ経済ダイジェスト」の調査精度を上げていくため、対象事業所を130社まで増やし、回収率についても現在の48%から58%まで引き上げていく。又、地域を支える交流産業の経済動向も把握していくことで地域産業の強みを伸ばしていく。

内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1)	景況調査 調査事業所数 (年4回実施)	50社	100社	100社	110社	120社	130社
	景況調査 調査回収率	48%	50%	52%	54%	56%	58%
(2)	観光関連施設等に特化した景況 調査回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
	観光関連施設等に特化した調査 施設数	未実施	10施設	10施設	10施設	10施設	10施設
(3)	景況調査の比較分析及び公開回 数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
	観光関連施設等に特化した調査 の比較分析及び公開回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回

(活用)

- ・各種統計調査の結果を基に地域市場の動向を把握、分析し、地域内事業所への巡回訪問時に、分析結果を活用した経営相談を行うとともに、HP等で公開していく。
- ・当所が収集した経済動向結果については金融機関や観光関連業団体との情報交換資料として共有し、各団体における小規模事業者の経営支援の資料として活用する。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展を支援するため、従来の事業者からの事務处理的な相談に対応する経営支援ではなく、巡回等によるヒアリングを前提とした経営分析から経営戦略・経営計画策定に導く。まず、環境分析を行うため、3C、3M、SWOT分析などのフレームワークを活用し、次に、財務分析については、ローカルベンチマークの6つの指標(①売上高増加率(売上持続性)、②営業利益率(収益性)、③労働生産性(生産性)、④EBITDA有利子負債倍率(健全性)、⑤営業運転資本回転期間(効率性)、⑥自己資本比率(安全性))と4つの視点(①経営者への着目、②関係者への着目、③事業への着目、④内部管理体制への着目)に重点をおいて分析を行う。又、小規模事業者の業界での自社比較として、中小企業基盤整備機構が運営する「経営自己診断システム」や経済産業省の「ロカベン」等の分析ツールも活用する。更に必要に応じて支援機関コーディネーター等との連携による支援を行う。

【実施項目】

(1) 巡回・窓口支援による経営分析

経営支援員による巡回支援や全職員による会員訪問をはじめ、窓口支援や部会活動、各種事業の開催等を通じ、今後は個社の継続的な伴走支援を実施していくために、平成28年度から作成している事業所ヒアリングシート(事業者の現況表※1)を活用し、経営分析が必要な小規模事業者を掘り起こし、事業計画策定に繋げる。〈※1 下記目標下段7ページ参照〉

(2) 重点支援小規模事業者支援からの経営分析

当地を支える交流産業(宿泊業、お土産店、地元飲食店等)の小規模事業者については、観光関連事業者のみならず、地域の飲食店等も支援していくことで、幅広い波及効果が望めることから重点支援事業者に位置付け、顧客へのサービス内容、商品、従業員対応等の

現状分析を行っていくことで経営計画の策定に繋げる。

(3) 税務・金融相談からの経営分析

現在、年間を通じて支援している税務・記帳支援においては、今後は決算書・B/Sの実態バランスをつかみ、「経営自己診断システム」や「ロカベン」等の分析ツールを活用して、小規模事業者の経営状態を分析する。又、マル経融資、京都府の制度融資等の資金繰り相談における金融相談の中から、今後は定量分析のみならず、フレームワーク等を活用し、定性面においても分析を行い、小規模事業者の経営実態を分析する。

(4) 各種経営計画策定セミナーからの経営分析

当所が地域産業の課題として挙げている、事業主の高齢化、事業承継難、郊外大型店の台頭による市外への購買力の流出などの地域課題に対応していくための経営支援として、事業承継セミナー、創業塾などの経営計画策定セミナーを開催し、その後の受講者の個別相談を通じて小規模事業者の経営分析を行う。

(5) 各種補助金及び認証制度申請者からの経営分析

京都府が任命する中小企業応援員における補助金申請や、ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金等の支援、各種認証制度の申請において、小規模事業者の強み・弱みなどの環境分析をSWOT分析等で分析する。

〈専門家派遣活用〉京都府よろず支援拠点、京都府引継ぎ支援センター、ミラサポ、京都府商工会連合会エキスパートバンク制度等。

(目標)

小規模事業者の現状を把握し、経営課題等を明確にすることで事業の見える化を図る。

(単位：件)

内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
巡回・窓口支援からの経営分析件数※2	5	5	5	8	10	13
重点支援小規模事業者支援からの経営分析件数	—	5	5	7	10	12
税務・金融相談からの分析件数	10	15	20	25	30	35
各種経営計画策定セミナーからの分析件数	—	15	15	20	30	35
各種制度申請からの分析件数	10	20	20	25	25	30
合計	25	60	65	85	105	125

※1 事業所ヒアリングシートとは商圏、商品・役務、従業員、後継者の有無等を聞き取るヒアリングシート。

※2 巡回支援（年間 1,100 件）や窓口支援（年間 700 件）の中から経営分析が必要な小規模事業者を掘り起こしていく。

(活用)

・経営分析結果については、小規模事業者の課題を抽出し、事業計画策定における自社の

ポジショニングを明確にするための基本資料として活用する。

- ・経営分析結果は経営カルテに記載し、全職員の中で共有していくことで、当所の支援計画に活用する。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

これまで、当所では補助金申請における補助事業の実施計画や資金繰りにおける資金使途を明確にするための計画策定を中心に行っていたが、今後は上記 1. の経済動向調査や上記 2. の経営状況の分析を踏まえ、小規模事業者の経営全体における事業計画策定（経営戦略、財務の健全化、新事業転換等）を事業者自らが策定し、実行していくことの重要性を示していくために、経営計画策定セミナーや事業承継セミナー、創業塾等を開催し、具体的な事業計画策定を伴走支援していく。又、専門家派遣制度等も有効に活用していく。

【実施項目】

(1) 巡回・窓口支援等からの事業計画策定

平成 28 年度より、当所の経営支援の中で作成している事業所ヒアリングシート（事業者の現況表）の分析結果や税務・金融相談の分析結果から、経営課題を見極め、小規模事業者が持続的発展していくために経営計画策定が必要な事業者を掘り起こしていく伴走支援を実施する。伴走支援においては早い段階で事業者の小さな成功事例を示していくことで、その後の事業計画全体の成功要因を積み重ねていくことを目指す。又、物産展や商談会等に参加し、販路開拓を目指している事業者や交流産業を支える宿泊業やお土産店、地元飲食店などは、地域産業の強みを伸ばしていくため、重点支援小規模事業者として事業計画策定を支援する。

(2) 経営計画策定セミナーからの事業計画策定

小規模事業者の頭の中だけでイメージされている事業計画の見える化を図り、計画策定の重要性を普及させていくために、これまで実施していなかった事業計画策定セミナーを開催し、受講後の個別相談を通じて事業計画策定を支援する。

(3) 事業承継セミナーからの事業計画策定

地域の小規模事業者の多くは、後継者への事業承継が進んでおらず、事業主の高齢化も進んでいることから、早期に後継者の育成、事業の承継を進めていく必要がある。このようなことから、第一段階として小規模事業者の経営資源（ヒト、モノ、カネ、ノウハウ等）を把握し、事業者と後継者の不安を取り除いていくために必要な事業承継計画策定を支援する。

(4) 創業塾からの事業計画策定

現在、宮津市では産業競争力強化法における「創業支援事業計画」が認定されていないこともあり、今後早急に支援体制を構築していく必要がある。今後は、当所創業支援窓口を開設するとともに、創業塾を開催し、受講者の創業計画や第二創業計画を策定していくことで、持続的発展事業者の支援に繋げる。

(5) 各種補助金及び認証制度申請からの事業計画策定

京都府の知恵の経営（知的資産経営）や経営革新計画、経営力向上計画等の認証を目指していくため、小規模事業者の経営分析を行い、事業計画策定を支援する。

<専門家派遣活用>京都府よろず支援拠点、ミラサポ、京都府商工会連合会エキスパートバンク制度等。

(目標)

小規模事業者が実行する事業計画を遂行していくための伴走支援者を目指す。

内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1)	巡回・窓口支援等の経営分析からの事業計画策定事業者数※3	10社	20社	25社	35社	45社	55社
(2)	経営計画策定セミナー※4	未実施	1回 20人	1回 20人	1回 20人	1回 20人	1回 20人
	事業計画策定事業者数		5社	5社	8社	10社	12社
(3)	事業承継セミナー※4	未実施	1回 10人	1回 10人	1回 15人	1回 20人	1回 20人
	事業計画策定事業者数		3社	3社	5社	10社	13社
(4)	創業塾※4	実施予定	1回 10人	1回 10人	1回 10人	1回 10人	1回 10人
	事業計画策定事業者数		2社	2社	2社	5社	5社
(5)	各種補助金・認証制度等の経営分析からの事業計画策定事業者数※5	5社	10社	10社	10社	10社	10社
合計		15社	40社	45社	60社	80社	95社

※3 巡回・窓口支援、重点支援小規模事業者支援、税務・金融支援分析からの事業計画策定事業者数。

※4 セミナー回数と受講者数及び受講者の事業計画策定事業者数。

※5 各種補助金・認証制度申請からの事業計画策定事業者数。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

これまで、補助金や助成金等の活用を中心に事業計画策定支援を行ってきたが、小規模事業者の事後フォローについては、進捗状況を不定期に確認している程度であり、計画的な支援を行っていなかったのが現状である。今後は、事業者が策定した事業計画を円滑に進めていくために、目的を明確にした定期的な巡回、個別訪問を実施し、計画の進捗状況を確認し、必要な伴走支援を行う。又、小規模事業者からの要望がなくても積極的なフォローを目指す。

【実施項目】

(1) 定期的な巡回、個別訪問

事業計画を策定している小規模事業者の遂行状況の確認のため、少なくとも四半期ごとに個別訪問を行う。事後フォローの内容については以下のとおり。

- ・新たに収集した情報の提供（業界景況、近隣他社状況、行政機関の動き、施策等）
- ・組織内部の現状確認
- ・事業の進捗状況の確認（必要であれば計画修正）
- ・経営課題の定量化
- ・次回訪問時までの目標設定と支援側の役割分担の決定（つなぎ支援）

(2) 事業承継予定者の事後支援

事業承継には各事業者の事業背景も異なり、後継者育成には多くの時間も要することから、先送りせず、早期に実行していく必要がある。このようなことから、四半期ごとに、事業主、後継者、それぞれのヒアリングを実施し、3者による面談等も踏まえ、事後フォローを以下のとおり実施する。

- ・承継資産の現状確認（経営理念、技術、従業員、商品、資産、借入金の状況）
- ・計画の進捗状況の確認（必要であれば計画修正）
- ・状況に合わせて当事者面談の実施（2者、3者）
- ・必要に応じて関係者への聞き取り（従業員、取引先）
- ・専門家派遣（専門家による第三者アドバイス）

(3) 創業・第二創業予定者の事後支援

創業者、創業予定者の多くは、事業計画を進めていく上で、何から始めていいかわからないことが多いことを踏まえ、不安要素を取り除き、事業を後押しすることを心掛け、毎月、以下のとおり支援を行う。

- ・新たに収集した情報の提供（業界景況、近隣他社状況、行政機関の動き、施策等）
- ・創業者・創業予定者の現状確認
- ・計画の進捗状況の確認（必要であれば計画修正）
- ・次回訪問時までの目標設定と支援側の役割分担の決定（つなぎ支援）

(目標)

内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1)	事業計画策定者フォロー※6	15社	35社	40社	53	65社	77社
		不定期	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと
(2)	事業承継計画策定者フォロー※7	—	3社	3社	5社	10社	13社
		—	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと	四半期ごと
(3)	創業者、創業予定者計画策定フォロー※8	—	2社	2社	2社	5社	5社
		—	1カ月ごと	1カ月ごと	1カ月ごと	1カ月ごと	1カ月ごと

※6 巡回・窓口等支援、経営計画策定セミナー、各種補助金・認証制度申請からの事業計画策定事業者フォロー件数及びフォロー頻度。

※7 事業承継セミナーからの事業計画策定事業者フォロー件数及びフォロー頻度。

※8 創業塾からの事業計画策定事業者フォロー件数及びフォロー頻度。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

これまで、プレミアム商品券発行事業における消費者アンケートの実施や中心市街地におけるイベント開催時の聞き取り調査などを実施していたが、小規模事業者の商品・サービスに対するトレンドや消費者ニーズなどの調査・分析や情報提供は行っていないのが現状である。今後は、当地の交流産業である観光関連業における個社の需要動向調査を実施し、小規模事業者への情報提供に努める。又、地域課題としてお土産店等で地域産品が少ない現状を踏まえ、製造業者の販路開拓や新商品開発、既存商品のブラッシュアップなどに活用できる情報収集として需要動向を調査し、事業者の新たな需要の開拓に繋げる。

【実施項目】

(1) 交流産業に特化した需要動向調査

① 宿泊業者の調査方法及び調査内容

インターネット予約サイトの口コミ評価向上やリピート率を上げたいホテル、旅館等の個社支援として、当該施設の宿泊者にアンケート調査を実施する。支援事業者が提供するサービスと顧客ニーズを照らし合わせるため、調査項目として、「旅行の第一目的」、「顧客サービス（料理・設備・接客）」、「宿泊を決めた情報源」に加え、個社独自のサービス等について 20 人以上調査し、支援事業者へフィードバックする。又、現在、当地において増加傾向にあるインバウンド旅行客の需要を把握するため旅館組合等と協力し、インバウンド旅行客の利用を増やしたい宿泊施設の需要動向調査を実施する。外国人旅行者のニーズを把握するため、宿泊者に「当該施設を選んだ一番の理由（通信設備・言語対応などの接客・料理・温泉）」、「宿泊を決めた情報源」等を 10 人以上アンケート調査し、調査結果を支援事業者へフィードバックする。

② 飲食業者の調査方法及び調査内容

観光客やビジネス客を取り込みたい飲食業者の個社支援として、当該飲食店利用者にアンケート調査を実施する。支援事業者が提供するサービスと顧客ニーズを照らし合わせるため、調査項目として、「飲食店を選んだ第一理由」、「顧客サービス（味・量・接客）」、「飲食店を決めた情報源」、「顧客属性」に加え、個社独自のサービス等についても 30 人以上調査し、支援事業者へフィードバックする。特に、中心市街地の道の駅「海の京都宮津」周辺の飲食店において市外からの利用客が増えていることから、地元客に昼食を提供している食堂や喫茶店等を中心に調査を行う。

③ お土産物等製造業者の調査方法及び調査内容

まず、③ - I の調査として、道の駅「海の京都宮津」等と協力し、個社のテストマーケティングとして、商品ごとのアンケート調査を実施する。調査項目として「商品パッケージ」、「内容量」、「味」、「商品購入の決め手」、「年齢層」、「お土産物配布先」等を聞き取るアンケートを 30 人以上調査し、支援事業者の商品のブラッシュアップに繋げることで事業者の新たな需要の開拓に繋げる。次に、③ - II の調査として、上記③ - I のテストマーケティングの補足として、今後、地元新商品を取り扱いたい天橋立地域のお土産物店に 5 社以上、協力を依頼し、消費者の需要動向を把握するため、類似商品を取り扱う店舗で聞き取り調査を実施する。調査項目として「売れ筋商品」、「売れる価格帯」、「売れる商品名」、「売れる時期」、「顧客層」等を調査し、支援事業者へフィードバックする。

(2) 需要動向調査資料の活用・分析

上記(1)の需要動向調査のみならず、①～③で得た情報を全国的な需要動向と照らし合わせるため、①及び②の宿泊業者、飲食業者の需要動向調査については各種新聞を始め、週刊トラベルジャーナル、地域情報誌等を活用し、主要観光地における顧客サービスや商品など業界トレンドと比較・分析し、支援事業者への情報提供に努める。又、③のお土産物等製造業者の需要動向調査については日経MJ、北近畿経済新聞、近畿の商工会議所が発行する会報等を活用し、売れ筋商品や顧客層など業界トレンドを把握し、支援事業者への提供資料とする。

(目標)

内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1) ～(2)	交流産業需要動向調査 個社支援数	未実施	6社	8社	10社	12社	15社

(活用)

- ・小規模事業者が開発する商品や提供するサービスにおいて、消費者動向に基づく、ものづくりとサービスが助言できる資料として活用する。
- ・交流産業の観光関連事業者の事業計画策定支援における需要動向資料として活用する。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

地域課題として挙げている人口減少や郊外への消費者の流出など、それに伴い年間商品販売額も減少を続けていることから、営業面に人材を充てることが出来ない小規模事業者を中心に地域産品を全国展開していくための販路開拓事業として、近隣都市で開催される商談会等の出展や地域イベントへの出展を支援していくことで交流産業における地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に繋げる。又、経営支援の一環として支援企業の開発商品等の情報発信を強化し、小規模事業者の売上拡大を支援する。

【実施項目】

(1) 各機関主催の商談会等への参加支援 (B to B)

これまで、各地の商談会等の案内は個々の製造業者に情報提供していたが、小規模事業者にとって遠方での開催は休業せざるを得ない状況であったことから、今後は京都市で開催される京都商工会議所主催の「京のイチ押し商品売り込み商談会」等の近隣都市を中心に商談会等の参加案内を製造業者に行い、出展商談会等を定例化していくことで、商談会に合わせた商品づくりを支援する。事前支援として、事業者の商品における生産計画・品質管理等の製造面における課題を明確にし、商品開発・商品改良を支援することで商談の成約に結び付け、地域外の取引拡大に繋げていく。

(2) 道の駅（「京丹波味夢の里」、「海の京都宮津」）との商談会の開催(B to B)

京阪神から当地まで続く京都縦貫自動車道上に位置する、年間300万人が利用する「京丹波市の味夢の里」で、これまで不定期で年に1回程度、製造業者向けに開催していた商談会を定例化し、製造業者の積極的な参加を促し、商談に繋げる。商談を成功に導いていくためにFCPシートの活用※9やバイヤーからの要望、製造者からの情報を事前に取りまとめ、情報交換を行う。又、市内中心市街地に新たに設置された道の駅「海の京都宮津内の、おさかなキッチンみやづ」の商談会も開催していく。宮津市民推薦による「宮津遺産事業※10」で登録された商品についても商談会を活用し、販路開拓に繋げる。

<※9 フード・コミュニケーション・プロジェクト：展示会・商談会用の商談シート、※10 宮津遺産事業 14 ページ参照>

(3) 観光地における物産展等への参加 (B to C)

地域における製造業者の年間製造品出荷額が減少している中、年間約290万人が訪れる観光地である当地で開催される地域物産展等（宮津ええもん市等）についても出展を定例化し、事前に海産加工物等を中心に製造事業者と売上げ目標を設定し、商品販売を行う。地域住民を始め、観光客にも販売を行うことでリピーターを増やし販路拡大に繋げる。

(4) IT・マスメディアを活用した販路開拓支援

当所のホームページや会報、メールマガジン、プレスリリース等を通じて支援企業の開発商品等のPRを支援していくことで新たな需要の開拓に繋げる。又、全国の商工会・商工会議所が活用する約25万社が参加している「ザ・ビジネスモール」も活用し、全国の取引先との取引拡大に向け、ザ・ビジネスモール内の店舗ホームページ開設を支援し、販路開拓を支援していく。

〈商談会・地域イベント等連携〉宮津市、京都商工会議所、京丹波味夢の里、海の京都宮津。

(目標)

内容		現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
(1)	各商談会等出展者参加支援件数	1社	5社	10社	10社	15社	20社
	商談会等出展者成約件数	0件	2件	4件	5件	8件	11件
(2)	道の駅「京丹波味夢の里」、「海の京都宮津」商談会開催支援件数	5社	10社	10社	10社	10社	10社
	道の駅「京丹波味夢の里」、「海の京都宮津」商談会成約件数	4件	5件	5件	5件	5件	5件
(3)	地域イベント出展者参加支援件数	10社	10社	10社	15社	20社	30社
	地域イベント出展者売上目標達成件数	0件	7件	7件	10件	14件	21件
(4)	ビジネスモールHP作成支援事業者数	0件	5件	5件	8件	8件	10件
	ビジネスモール商談成約件数	0件	2件	2件	4件	4件	5件

II. 地域の活性化に資する取り組み

これまで、当所では観光地として様々なイベント運営にも携わってきたが、平成27年度の京都府の観光入込客調査報告書によると、当地を訪れる観光客の観光目的の1位は自然に触れる、2位はスポーツ等のレクリエーション、3位は文化・歴史となっているが、観光消費に繋がる買物は他の近隣地域が占めているのが現状である。このようなことから、今後は年間入込客数約290万人という地域経済に波及効果のある観光地の強みを活かし、行政機関と連携し、人々が集う「核拠点」となる地域振興拠点の具現化を進めるとともに、地域資源を活用した地元産品等の開発・改良とブランド化による付加価値の創出を支援していくことで地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に繋げていく。これらを実現していくため、商工・観光、交通、金融、行政機関等で構成される宮津まちづくり会議※11における賑わいづくり事業や商工・観光、流通・消費、農林水産業、金融、行政機関等で構成される宮津農水商工観連携会議※12の6次産業化事業等を通じて地域活性化に向けて連携を強化していく。

〈※11 宮津まちづくり会議 21 ページ参照〉 〈※12 宮津農水商工観連携会議 21 ページ参照〉

【実施項目】

(1) 中心市街地・浜町地区の開発事業（地域振興拠点の具現化事業）

宮津市の中心市街地に位置する浜町地区は、平成 21 年に地元生産者が産品を販売する「宮津まごころ市」が開設し、平成 27 年 11 月には「海の京都 宮津」が道の駅として登録されたこともあり、人々が集う、将来の宮津市の賑わいの拠点として大きな可能性を秘めている。このようなことから、平成 26 年 3 月に宮津市と当所では「宮津まちづくり会議※11」を立ち上げ、地域振興拠点の具現化に向けて、地域総合経済団体として協議や目的の共有化を図ってのイベント等を実施してきた。今後は当所と共同で賑わいづくり創出に取り組む事業パートナーと共に、地域振興拠点におけるパイロット事業施設として小規模店舗を運営し、チャレンジする小規模事業者の支援や周辺地域のマーケティング調査等を行い、具現化に向けて取り組んでいく。

〈※11 宮津まちづくり会議 21 ページ参照〉

(2) 特別名勝「日本三景天橋立」の情報発信強化

特別名勝（文化財保護法により指定）である天橋立は、松島（宮城県）、宮島（広島県）と並ぶ日本三景として、年間約 290 万人の観光客が訪れる交流人口の源泉であり、宮津市では現在も、世界遺産登録に向けて様々な取り組みが進められている。今後は地域全体で天橋立の普遍的な歴史・文化の魅力を高め、地域事業者の企業 PR や商品 PR を企業ホームページと一緒に情報発信をしていくことで地域の活性化に繋げていく。

(3) 宮津遺産事業（地域ブランド認定及び情報発信・販路開拓事業）

宮津市と当所で運営している「宮津農水商工観連携会議※12」では、平成 28 年度に宮津遺産の募集を開始し、宮津遺産に 5 品を認定した。この制度は宮津の風土（天・地・山・海）がもたらす豊かな恵みや、貴重な産物を掘り起こして磨き、宮津遺産として登録し、地域内外へ情報発信・販路開拓していく制度である。今後は地域商品の宮津遺産への登録支援を始め、登録された宮津遺産商品の情報発信・販路開拓を行っていくことで、事業者の売上アップに繋げていく取り組みを進めるとともに、新たな商品開発についても支援していく。〈※12 宮津農水商工観連携会議 21 ページ参照〉

(4) 地域の特色を活かした、地域商店応援隊（仮称）の立ち上げ

宮津市は人口約 18,000 人の小規模な市であるが、市内には専門色豊かな高校が 3 校あり、地域内外から若い人材が通学している。当所では過去に地元高校生と地域事業者と共同で農水商工連携をテーマにワークショップを開催した経緯もあることから、今後は実験的に地域の交流産業であるお土産店、地元飲食店などを中心に販路開拓支援として、地元高校に協力を依頼し、高校生と経営支援員との地域商店応援隊（仮称）を立ち上げ、マニュアル等にとらわれない斬新なアイデアを抽出し、小規模事業者を支援していく仕組み作りを検討していくことで、地域の人材育成にも繋げていく。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の取り組み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

行政機関、丹後地域の支援機関、金融機関等と連携し、支援ノウハウの共有を始め、支援事業者の相互フォローを行います。

【実施項目】

(1) 宮津地域連絡会議の開催

当所では、地域内での小規模事業者（創業者・創業予定者等）のワンストップ支援サービ

スを実現していくために宮津地域連絡会議（京都北都信用金庫本店、京都銀行宮津支店、京都産業21北部支援センター、京都府信用保証協会、京都府丹後広域振興局、宮津市）の担当者情報交換の場として年4回程度開催しているが、現状では補助金制度等のPRがメインとなっている。今後は当会議内で、支援ノウハウや支援事例等の共有を図り、地域全体で個々の事業者を支援していくための場とする。

(2) 丹後ビジネスサポートセンターへの参画

平成23年度より、丹後地域の商工会、会議所の経営支援で組織されている、丹後ビジネスサポートセンター（京丹後市商工会、与謝野町商工会、伊根町商工会、宮津商工会議所）に経営支援員1名を登録し、中小企業診断士の経営支援員と共に巡回し、経営課題を掘り下げるなど、その案件を題材に事例研究として、支援ノウハウの交換等を実践ミーティングで行っている。当所では各種補助金等の支援案件の提出がメインとなっていたが、これまで、地域の交流産業を重点的に支援していくための支援ノウハウの交換は行っていなかったのが現状である。今後は、丹後地域は1つの観光エリアとなっていることから、観光関連業の案件を増やすとともに、担当支援員のみならず、各職員が情報交換出来る場所として活用していく。

(3) 京都府中小企業応援隊での情報交換

京都府内の支援機関（商工会議所、商工会、京都産業21、中小企業団体中央会）で組織されている中小企業応援隊における、「全体会議」、「地域連絡会議」、「事例発表会」などを通じ、当所の支援案件に役立つ事例等を積極的に情報交換する。

(4) 宮津市各部署との情報交換

現在、当所では不定期で産業、観光、福祉、環境など、各行政担当者と不定期で情報交換等を行ってきたが、今後は当所の経営発達支援事業の円滑な実施に向けて、取り組み状況を積極的に情報交換していくことで、地域における中長期的な振興方針の中で、当所の地域総合経済団体としての役割を明確にしていく。

(目標)

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
宮津地域連絡会議の開催	4回	4回	4回	4回	4回	4回
丹後ビジネスサポートセンターへの参画	1名	2名	2名	3名	3名	4名
行政担当者・その他支援機関等との情報交換	不定期	4回	4回	5回	5回	6回

2. 経営支援員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の取り巻く経営環境が目まぐるしく変化していく中で、地域の支援機関である当所においても組織全体で経営支援のあり方を再構築していく必要がある。このようなことから、今後は小規模事業者の多様なニーズに対応できる資質向上に取り組んでいく。

【実施項目】

(1) 各種研修会の受講

京都商工会議所、京都府商工会連合会で実施されている経営支援員研修をはじめとする各種研修会を受講し、受講内容については職員OJTの場を活用して共有していく。又、研

修内容については本計画を実施していくために不足しているコンサルティング能力を高めていくための経営分析、事業計画策定、販路開拓手法などを中心に受講していく。本研修会等には経営支援員のみならず、一般職員についても計画的に参加させることで組織全体の支援能力向上を目指す。

(2) 専門家派遣指導等の同行による支援スキルの吸収

専門家派遣指導における小規模事業者支援において、専門家を派遣することだけでなく、事業者への事前ヒアリング、事後フォローを通じて、当該専門家の支援スキル（専門知識や対話力、診断力等）を吸収していくことを目指す。又、巡回・窓口支援において、支援経験が浅い職員については、支援経験が長い経営支援員とペアで1案件を支援していく師弟制度（仮称）も検討していく。

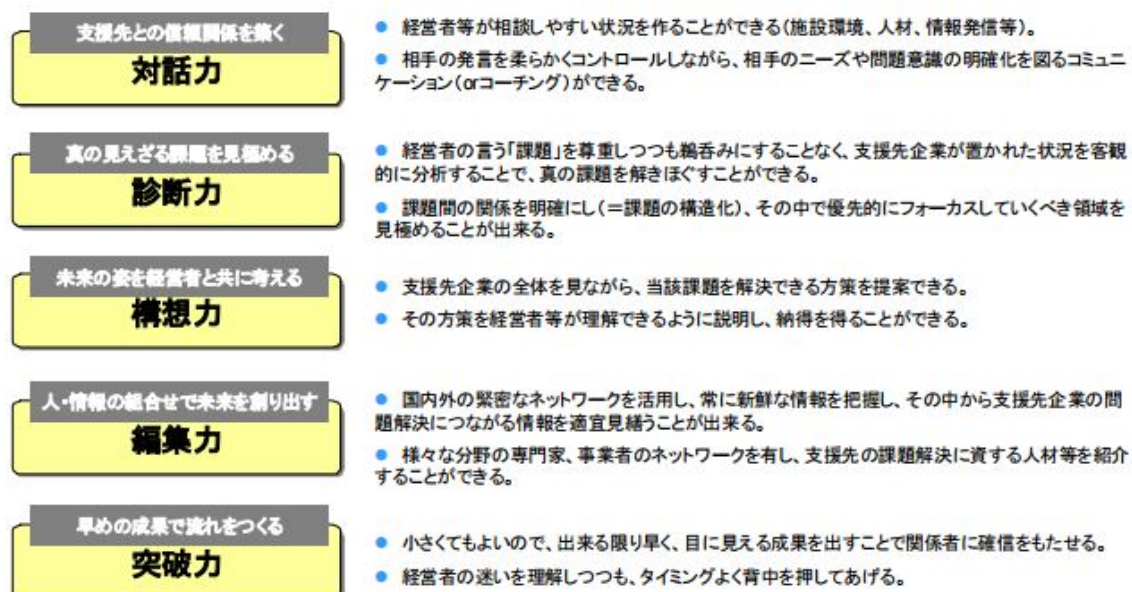
(3) 自己研鑽による資質向上

京都府では小規模事業者への支援強化のために経営改善普及事業に従事する経営支援員の資格要件を定められているが、今後、当所では一般職員についても資質向上を目指していくため、早期に当該資格を取得していくことを目指す。又、資格を取得している経営支援員においても支援能力向上に繋がる資格取得を目指していく。

(4) 組織内における情報共有

当所では毎月開催している事務局会議を始め、平成28年度より実施している、経営相談課・事業推進課の毎朝ミーティングを通じ、支援ノウハウの共有化を図ることで、組織内の連携強化に繋げる。又、経営WEBカルテの回覧を経営支援員のみならず、一般職員にも行う。更に各自が取り組んだ支援案件や得意分野の支援ノウハウを発表していくことで、支援能力を高め、組織内の支援体制を強化していく。

(1)～(4)の取り組みを踏まえ、今後は「変わる中小企業、変わるか支援人材」が示すプロジェクトマネージャー型支援人材の5つの力を育成し、小規模事業者と顔の見える信頼関係を構築していくことで、地域社会が求める支援機関として確立していく。



(出典「変わる中小企業、変わるか支援人材」中小企業支援人材の強化・育成に関する研究会事務局より)

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

毎年度、経営発達支援計画の実施状況や成果については、以下の方法により評価・検証を行う。

【実施項目】

(1) 三役会での事業報告と事業評価・検証

当所で毎月開催している三役会（正副会頭会議）において事業の実施状況を報告するとともに、事業内容の成果、評価、検証を行う。

(2) 外部評価委員会による評価・検証

外部評価委員に事業の成果、評価、見直しについて意見を求め、次年度への方針を定める。

（毎年3月）

尚、事業の成果、評価、見直し結果については常議員会でも報告し、承認を受ける。

〈予定している外部評価委員〉

- ・外部有識者 1名（中小企業診断士等）
- ・京都府職員 1名
- ・宮津市職員 1名
- ・日本政策金融公庫職員 1名

(3) 事業の成果・評価・見直し結果の公開

事業の成果、評価、見直し結果については宮津商工会議所ホームページで計画期間中に公表。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成29年9月現在)

(1) 組織体制

【商工会議所役員】

- ・会頭1名 副会頭2名 常議員17名 監事2名
- ・専務理事1名

【商工会議所事務局】

- ・参与1名
- ・事務局長1名
- ・経営支援員5名
- ・一般職員5名

◆経営発達支援事業実施体制

- 事業統括リーダー：事務局長
- 実務統括者：経営相談課長
- 実務担当：経営支援員4名
- 実務後方支援：一般職員 5名

経営相談課	4名
事業推進課 (宮津農水商工観連携推進チーム) (宮津まちづくり推進チーム) ※右記以外に宮津市より1名出向	1名
総務課	4名

(2) 連絡先

- ・宮津商工会議所 担当：経営相談課
- ・住所 〒626-0041 京都府宮津市字鶴賀 2054-1
- ・電話 0772-22-5131
- ・FAX 0772-25-1690
- ・URL <http://www.kyo.or.jp/miyazu/>
- ・Mail miyazu@kyo.or.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	56,776	56,900	56,900	57,000	57,000
・人件費	46,151	46,200	46,200	46,300	46,300
・旅費・事務費	5,645	5,700	5,700	5,700	5,700
・指導事業費	3,480	3,500	3,500	3,500	3,500
・振興事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

1. 会費
2. 京都府補助金
3. 宮津市補助金
4. その他事業収入 (検定、会館使用料、共済事業等)

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>1. 経営発達支援事業の内容</p> <p>I-1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>I-2. 経営状況の分析に関すること</p> <p>I-3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>I-4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>【実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各支援機関及び行政機関が持つ支援ノウハウと施策の共有 ・各種制度の活用方法と支援事例の共有 ・小規模事業者支援の個別連携（経済動向調査、経営状況の分析、事業計画策定、資金調達、補助金申請、販路開拓、マッチングなど）
連携者及びその役割
<p>【地域の経済動向調査・各種情報提供・手続き相談】</p> <p>○宮津市 市長 井上 正嗣 〒626-8501 宮津市字柳縄手 345-1 電話 0772-22-2121</p> <p>○京都府丹後広域振興局 局長 西村 紀寛 〒627-8570 京丹後市峰山町丹波 855 電話 0772-62-4300</p> <p>【地域の経済動向調査・経営状況の分析・事業計画策定支援・各種情報提供・資金調達】</p> <p>○京都信用保証協会 丹後支所 支所長 川端 雅人 〒629-2503 京丹後市大宮町周枳 2226 番地 3 電話 0772-68-0601</p> <p>○京都北都信用金庫 理事長 森屋 松吉 〒626-0041 宮津市字鶴賀 2054-1 電話 0772-22-5121</p> <p>○(株)京都銀行 宮津支店 支店長 荒田 英樹 〒626-0018 宮津市字本町 1010 電話 0772-22-3211</p> <p>【経営状況の分析・事業計画策定支援・事業計画策定後の実施支援・各種情報提供】</p> <p>○公益財団法人京都産業 2 1 北部支援センター センター長 松田 実 〒627-0004 京丹後市峰山町荒山 225 電話 0772-69-3675</p>
連携体制図等
<p style="text-align: center;">【総合窓口】 宮津商工会議所</p> <p style="text-align: center;">小規模事業者 (創業者・創業予定者等)</p> <p style="text-align: center;">【各種情報提供・手続き相談を通じた連携】 宮津市・京都府丹後広域振興局</p> <p style="text-align: center;">【資金調達を通じた連携】 京都信用保証協会丹後支所 京都北都信用金庫 京都銀行 宮津支店</p> <p style="text-align: center;">【丹後支援機関としての連携】 公益財団法人京都産業 2 1 北部支援センター</p>

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
1. 経営発達支援事業の内容 Ⅱ. 地域の活性化に資する取り組み 【連携する内容】 年間入込客数約 290 万人という地域経済に波及効果のある観光地の強みを活かし、行政機関と連携し、人々が集う「核拠点」となる地域振興拠点の具現化を進めるとともに、地域資源を活用した地元産品等の開発・改良とブランド化による付加価値の創出を支援していくことで地域外からの資金の獲得と地域内消費の拡大に繋げていく。
連携者及びその役割
【新たな需要の開拓に寄与する事業・地域の活性化に資する取り組み】 ○宮津市 宮津市長 井上 正嗣 〒626-8501 宮津市字柳縄手 345-1 電話 0772-22-2121
連携体制図等
<p>宮津の賑わい創出 (交流人口・交流産業の創出) 宮津まちづくり会議 宮津農水商工観連携会議</p> <p>【行政機関としての地域支援】 宮津市</p> <p>【地域総合経済団体としての事業者支援】 宮津商工会議所</p>
【推進組織】 ・宮津まちづくり会議「商工・観光、交通、金融、行政機関等で地域経済が発展する活力のある、まちを実現していくために設立された組織。(事務局：宮津市、宮津商工会議所)」 ・宮津農水商工観連携会議「商工・観光、流通・消費、農林水産業、金融、行政機関等が各分野の連携により 6 次産業化や地産地消（消）等を推進するために設立された組織。(事務局：宮津市、宮津商工会議所)」